

**El Indecopi prepublica estudio que plantea sugerencias para mejorar la competencia en el mercado de placas vehiculares en beneficio de los usuarios**

- ✓ Del 2010 al 2017 se ha producido y distribuido 4,9 millones de placas a nivel nacional para todo tipo de vehículos por un valor monetario acumulado de S/ 399,68 millones.
- ✓ Los interesados podrán enviar por escrito los comentarios sobre esta prepublicación hasta el 18 de mayo.

La Gerencia de Estudios Económicos (GEE), a solicitud de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (CLC) del Indecopi, ha elaborado un análisis de las condiciones de competencia en el mercado de placas vehiculares, identificando oportunidades de mejora que de aplicarse beneficiarían a los consumidores con menores precios, mejores condiciones de seguridad del producto, mayor calidad del servicio de distribución, entre otras.

Como se sabe, desde enero de 2010, en virtud a un convenio firmado con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), la Asociación Automotriz del Perú (AAP) viene encargándose de la manufactura y distribución de placas vehiculares. Desde ese entonces hasta el cierre de 2017, la AAP ha producido y distribuido un total de 4 968 697 placas a nivel nacional para todo tipo de vehículos (motos, autos, camiones, etc.) por un valor monetario acumulado de S/ 399,68 millones.

Ante este panorama, el estudio plantea recomendaciones asociadas, principalmente, a la incorporación de mecanismos de competencia en las próximas acciones que emprenda el MTC en su rol de ente rector del mercado de placas vehiculares.

Por ejemplo, una forma de introducir competencia es que, en un escenario de renegociación del convenio entre el MTC y la AAP, la manufactura y distribución de placas vehiculares sean realizadas mediante un concurso público, donde las potenciales empresas interesadas puedan competir entre sí para hacerse de tal encargo.

La experiencia internacional, también, sustenta el beneficio que se obtendría al licitar el abastecimiento de las placas vehiculares. Por ejemplo, se analizaron los casos de Argentina y Chile donde el material de las placas vehiculares y la tecnología alemana usados en su fabricación son similares al Perú, por lo que sus precios finales podrían resultar comparables. Argentina y Chile tienen un precio relativamente similar entre ellos, pero el precio del Perú está por encima de ambos. Así tenemos que, para el caso de las placas de los automóviles, el precio del Perú está entre 48% y 56% más que en Argentina y Chile, respectivamente y, en el caso de motos, entre 80% y 127%.

Las diferencias del tamaño del parque automotor en cada país no alcanzan a explicar completamente las diferencias entre precios. En el caso de Argentina se observan menores

---

**Misión del Indecopi**

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:  
**prensa@indecopi.gob.pe**  
2247800 anexos: 5011 - 5016

Síguenos: Indecopi



**Radió Indecopi**  
www.indecopi.gob.pe/radio

precios y un mayor parque automotor respecto del Perú, pero no así en Chile donde también se observan menores precios, pero un parque automotor relativamente equivalente al Perú.

La CLC considera importante discutir estas recomendaciones de manera abierta con los interesados para mejorar las condiciones de competencia en el mercado y finalmente beneficiar a los consumidores finales.

Los detalles del estudio de mercado se encuentran disponibles en: <https://bit.ly/2GF5w8Q>. **Los interesados pueden enviar sus comentarios hasta el próximo 18 de mayo del presente año** por escrito a la Secretaría Técnica de la CLC (Calle de la Prosa 104, San Borja, Lima, Perú) o a la siguiente dirección de correo electrónico: [rdaga@indecopi.gob.pe](mailto:rdaga@indecopi.gob.pe)

Se prepublica este estudio en virtud del procedimiento establecido en la Guía de Estudios de Mercado elaborada por el Indecopi, en coordinación con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), a fin de recibir comentarios que permitan mejorar el contenido.

**Lima, 27 de abril de 2018**

---

## Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:  
[prensa@indecopi.gob.pe](mailto:prensa@indecopi.gob.pe)  
2247800 anexos: 5011 - 5016

Síguenos: Indecopi  
  

Radió  
Indecopi  
[www.indecopi.gob.pe/radio](http://www.indecopi.gob.pe/radio)